

Instituto de Coaching Internacional

INTRODUCCION AL COACHING

CURSO BASICO



Jairo Camayo
Coach Instructor



Licenciado en Educación Teológica.
Especializado en Psicología Educacional.
Diplomado en Desarrollo del Talento Humano
Curso Introductorio al Coaching
The International School of Coaching.
Certificado Curso de Coaching Ontológico
Santalá Universidad Católica de Argentina.
Diseñador del Sistema e-coaching 24/7
Mas de 1000 horas de Coaching Personal y grupal.
Gestor del Programa CPC Mundial
basado en coaching transformacional.
Consultor Internacional en Desarrollo Humano Integral
40 años de experiencia.
Director del Instituto de Coaching Internacional.

Países visitados:
Colombia, Ecuador, República Dominicana, Puerto Rico, USA, Panamá, Perú, Costa Rica, Argentina.



¿Qué es el coaching?

Es un sistema de apoyo al desarrollo humano integral, que ha sido traído del ámbito deportivo al ámbito del crecimiento personal y Empresarial.

El termino Coach traducido al español significa Entrenador.

Una persona capacitada como Coach Personal es mucho más Efectiva en el desempeño de su liderazgo.



Módulo Uno:
Qué hace un coach personal:

Un coach personal es alguien que
se compromete con el éxito de las personas
y pone a su servicio los recursos necesarios
para que éstas puedan alcanzar sus objetivos.



La misión del coach personal es transportar a
su cliente o coachee de donde está a donde quiere estar;
ayudarle a conseguir lo que en la actualidad es
verdaderamente importante para ella, ya sea en
el ámbito personal o profesional.

Ver rueda de la vida

Un coach ayuda a sus clientes a:

- Descubrir lo que quieren en la vida.
- Cuestionar la forma como interpretan los hechos.
- Tomar decisiones mejores y más consistentes.
- Reexaminar sus puntos de vista y ampliar la perspectiva.
- Cambiar maneras de pensar y de hacer ineficaces.
- Interpretar los hechos de manera más constructiva.
- Elaborar planes de acción para poder alcanzar sus objetivos.
- Aumentar su nivel de productividad y eficacia.
- Buscar explicaciones e interpretaciones alternativas .



LAS COMPETENCIAS DEL COACH



Lectura: Se competente E-book El Camino a la Felicidad



Las Competencias del Coach Personal:

1. **Generar conversaciones provocadoras.**
2. **Revelar el cliente a sí mismo.**
3. **Sacar grandeza.**
4. **Disfrutar inmensamente del cliente.**
5. **Ampliar los esfuerzos del cliente.**
6. **Navegar vía curiosidad.**
7. **Reconocer la perfección en cada situación.**
8. **Poner rumbo a lo más importante.**
9. **Comunicar claramente.**
10. **Contar lo que percibes.**
11. **Ser el hincha del cliente.**
12. **Explorar nuevos territorios.**
13. **Saborear la verdad.**
14. **Diseñar un entorno favorable.**
15. **Respetar a la humanidad del Cliente.**



1. Generar conversaciones provocadoras.

Las sesiones de Coaching son por lo general cortas. Al escuchar lo que el cliente dice y lo que no dice, al cuestionarte lo que escuchas, al hacer las preguntas adecuadas, buscando claridad, y al compartir con el cliente lo que sabes y como te sientes, una conversación provocadora puede ocurrir en minutos en vez de en meses.





2. Revelar el cliente a sí mismo.

Cuanto mejor se conoce uno a si mismo, mejores decisiones puede tomar. Parte de lo que los Coaches hacen con sus clientes es ayudarles a descubrir sus dones, talentos, deseos, valores, necesidades y sueños, así como ayudarles a entender que es lo que les motiva e inspira. ¿El resultado? Un cliente bien informado, que avanza rápidamente por el camino del auto-descubrimiento.





3. Sacar grandeza.

¿Quién sino el Coach que se
ha entrenado para hacer esto diestramente, todos los días del año? Y, aunque es verdad que pocos clientes vienen a un coach pidiendo específicamente que saquemos a la superficie y desarrollemos su grandeza, esto es lo que hacemos de forma natural cuando le pedimos al cliente que piense y actúe a lo grande, y cuando constantemente le pedimos que suba el listón y sus estándares.







4. Disfrutar inmensamente del cliente.

¿Porqué es "disfrutar con el cliente“ una aptitud? Muy sencillo. Porque cuando disfrutas con un cliente en su totalidad (en los momentos buenos y en los malos), se desarrolla un alto grado de confianza de forma natural.
¿Y cuál es el beneficio? Los clientes corren más riesgos y avanzan más rápidamente porque saben que tu estás completamente presente para ellos..
Cuando la relación entre el coach y el cliente llega a este punto, el coaching es cooperativo y fácil, no pesado.





5. Ampliar los esfuerzos del cliente.

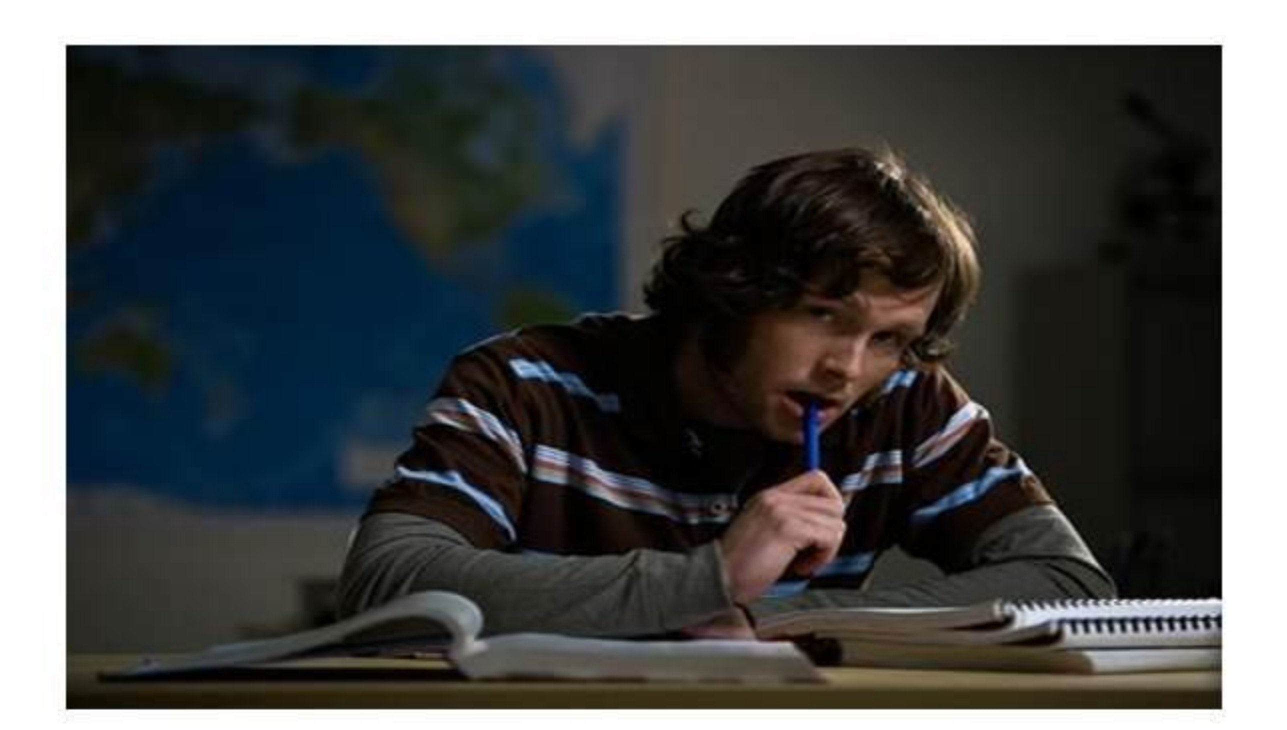
Una de las razones por las que los clientes contratan a un coach es para que les ayuden a hacer más en menos tiempo, más de lo que harían ellos solos.

Así pues, el Coach actúa como catalizador y acelerador. Al ayudar al cliente a hacer más de lo que han hecho previamente o de lo que se creen capaces de hacer, aparece un importante valor añadido.



6. Navegar vía curiosidad.

El coach que es curioso por naturaleza puede dejarse guiar por esa curiosidad. Al fin y al cabo, los coaches estamos en el negocio del descubrimiento y ¿cómo puedes ayudar al cliente a encontrar nuevas y mejores formas de hacer las cosas, si no eres curioso?
Y el verdadero beneficio de la curiosidad es que ambos, el coach y el cliente, aprendan.





7. Reconocer la perfección en cada situación.

Una forma de ver la vida es creer que todo lo que sucede, sucede por una razón perfecta, incluso si no podemos ver o saber cual es esa razón durante nuestra vida. De lo que se trata aquí es de buscar y encontrar como un suceso, problema, situación o característica es perfecta, aún cuando claramente no lo es. Buscando comprender y reconocer la perfección primero, (en vez de ofrecer consejos, técnicas y soluciones de forma automática como cuando te dan con el martillo en la rodilla y la pierna se levanta) es lo que el Coach hace de forma natural.



8. Poner rumbo a lo más importante.

Dependiendo del día, de la hora o incluso del minuto, lo que es más importante para el cliente cambiará. Es la naturaleza de los individuos que se encuentran en una fase de rápido crecimiento en sus vidas.
El Coach es a la vez, rápido para identificar esta diana móvil y lo suficientemente flexible para ajustar el coaching para ser efectivo
en este nuevo camino.







9. Comunicar claramente.

Esto tendría que ser obvio, ¿sí?
Después de todo, cuanto más clara sea la comunicación, menos se interpone en el camino de un gran coaching. Una vez dicho esto, la mayoría de nosotros tenemos "cosillas“ en nuestro estilo de comunicación que frenan la super-conductiva naturaleza del proceso de coaching. Los Coaches trabajan en limpiar esas "cosillas“ que impiden un coaching efectivo. ¿Qué tipo de cosas? Todo tipo, desde prejuicios, juicios, necesidades insatisfechas, “deberías”, “podrías”, discursitos, agendas, arrogancia y miedos. Todo ello se puede eliminar.





10. Contar lo que percibes.

Los clientes confían en nuestras observaciones, intuición e incluso en nuestras "pistas" para ayudarles a avanzar en la vida. Así que cuanto más a menudo y más fácilmente un coach pueda compartir lo que ve, siente y escucha, añade mayor valor para ese cliente. A menudo, las indicaciones más pequeñas y sutiles son las que pueden actuar
como poderosas guías y catalizadores en la vida
o en el negocio del cliente.



11. Ser el hincha del cliente.

Cuanto más a menudo , y más profundamente, el coach se convierte en un hincha del cliente a todos los niveles (incluyendo sus acciones, progreso, sueños, características, compromisos, dones y cualidades), más apoyado se sentirá el cliente y mayores serán sus probabilidades de tener éxito. Para el coach, simplemente respaldar no es suficiente, hay otro nivel mucho más elevado de apoyo que se genera cuando el coach opera a nivel de hincha.



12. Explorar nuevos territorios.

El Coach amplía la forma de pensar del cliente tejiendo nuevos conceptos, principios y distinciones durante la sesión de coaching, y también invita al cliente a experimentar con nuevos modelos, formas de hacer las cosas, e incluso identificar nuevas metas o resultados.
Los clientes normalmente no piden esto al coach, pero estas son formas clave de crear valor para el cliente.





13. Saborear la verdad.

Puede sonar obvio, pero es más profundo de lo que parece. Después de todo, la verdad está a un nivel por encima de la simple honestidad, siempre hay una verdad sobre una situación, una persona o evento, que cuando se descubre y se articula, puede transformar la vida o el negocio de una persona. Los Coaches han llegado al punto de disfrutar y orientarse entorno a la verdad como una fuente de alegría y de guía.





14. Diseñar un entorno favorable.

El éxito, por no mencionar la evolución personal, puede ser sostenible cuando existen entornos y estructuras de seguridad que lo apoyan. Después de todo, ¿quién quiere depender de la fortaleza o de la voluntad para hacer cosas o para desarrollarse a sí mismo?
El Coach se entrena especialmente para ayudar al cliente a diseñar e instalar estos entornos.



15. Respetar a la humanidad del Cliente.

Todos tenemos límites, tanto internos como externos, y a pesar de que en el coaching se trata de maximizar el potencial y las oportunidades, todos somos humanos y el Coach lo respeta. El éxito sin estrés es lo que todos perseguimos y reconociendo límites y respetando los distintos caminos al logro, el cliente es individual y universalmente respetado.



Módulo dos:

Las herramientas del Coaching Personal.



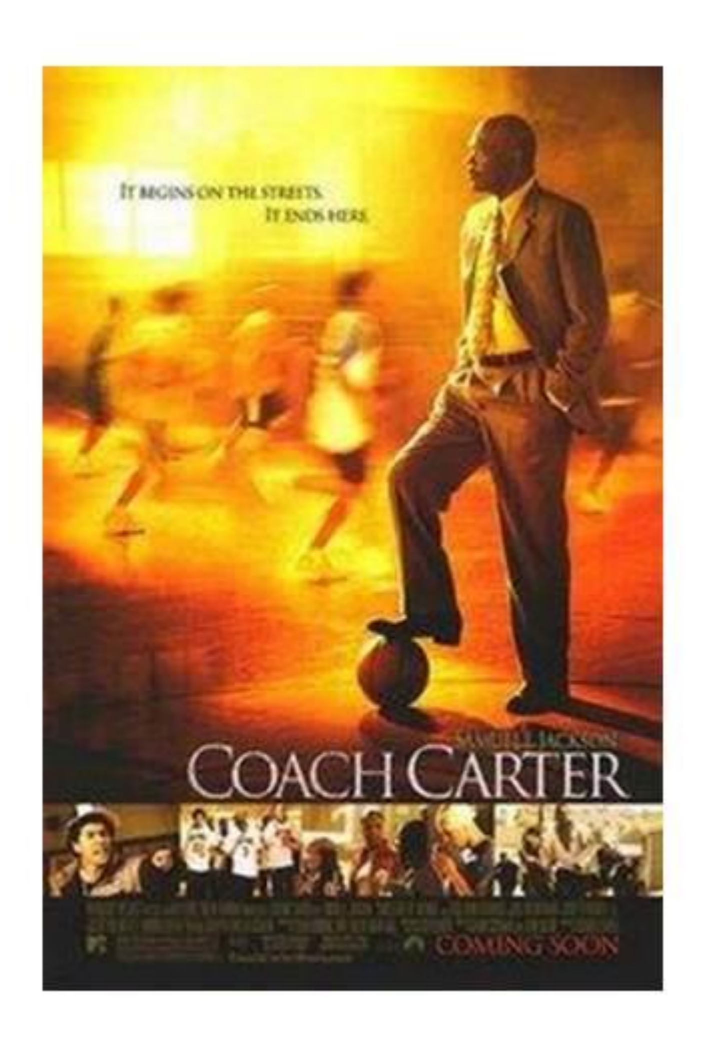


Los 15 Clarificadores

Para saber cual de las 15 Competencias debe usar el coach en un momento dado, necesita entender y ordenar lo que está escuchando.
Los 15 Clarificadores "clarifican" el fundamento de lo que expresa el Cliente y guían al coach hacia lo más importante.
Cuando está claro, el coach escoge naturalmente la habilidad más indicada.

1. ¿Urgente o importante?
2. ¿Atender o evitar?
3. ¿Hecho o Interpretación?
4. ¿Aceptar o resistir?
5. ¿Referencia interna o Externa?
6. ¿Deseo o Necesidad?
7. ¿Oportunidad o Posibilidad?
8. ¿Fuente o Síntoma?
9. ¿Abriendo o Compartiendo?
10. ¿Respuesta o Reacción?
11. ¿Crear o Eliminar?
12. ¿Problema o Preocupación?
13. ¿Presente o Pasado?
14. ¿Aceptación o Resistencia?
15. ¿"Dirigiéndose a" o "Huyendo de"?





¿Qué aprendiste de esta película?



Descubre el enorme campo de todas las posibilidades que reside dentro de ti





Los 15 "productos" son lo que el coach transmite al cliente. Son distintos de lo que llamamos "resultados", o lo que el cliente puede obtener como efecto de los "productos" transmitidos.

1. Una perspectiva nueva
2. La validación
3. Un mensaje
4. Energía
5. Una solución
6. Un plan de acción
7. Estructura
8. Un recurso
9. Opciones
10. El cuidar
11. Formación/Aprendizaje
12. Una recomendación
13. Estrategias
14. Feedback (retro-alimentación)
15. Desafío





Usa la fuerza de Tu Espíritu


El Administrador
Un Ser Inteligente
Espíritu
Consciente
Mente
Inconsciente
Cuerpo
ICI


El Administrador
Un Ser Inteligente
Espíritu
Consciente
5%
Mente
Inconsciente
95%
Cuerpo
ICI



El Administrador
Espíritu
Un Ser Inteligente
Conciente
95%
Mente
Inconsciente
5%
Cuerpo
ICI

SOLO TU PUEDES CAMBIAR TU VIDA
NADIE MAS PUEDE HACERLO POR TI





El verdadero enemigo
de tu Progreso
Y Felicidad
se llama
La Mente Inconsciente



MENTE

Mente Consciente Analítica

Graba:

Datos constructivos
Viviendo:
Despierta
Alerta
Autocontrol



Mente Inconsciente Reactiva

Graba:

Datos destructivos
En momentos:
Inconsciencia
Pérdida
Dolor



Los 15 Marcos

Los marcos son las perspectivas de donde provienen los pensamientos, las percepciones, la conducta y actitudes del coach y del Cliente. Los marcos abren el pensamiento y pueden acelerar el progreso y disminuir el esfuerzo requerido del Cliente. Cuando su marco se agranda, las barreras al éxito son reducidas y el progreso acelera.



1. Todo se puede solucionar... o no
2. Siempre se puede disminuir el riesgo.
3. Hay una manera mejor de hacer las cosas.
4. El éxito es un efecto.
5. Las emociones nos enseñan.
6. Retrasar tiene un costo
7. La intuición es una forma elevada de la inteligencia.
8. La respuesta está en alguna parte.
9. La confianza en uno mismo se construye.
10. Las ideas y genes evolucionan a velocidades diferentes.
11. El trabajo se debe disfrutar
12. Los problemas son oportunidades inmediatas.
13. La gente hace lo mejor que puede... aunque claramente no sea aparente.
14. La conciencia une.
15. La vida no es nada personal.



Módulo Cuatro:

El Arte de hacer preguntas.

La Escucha Empática

El Proyecto de vida.



El arte de hacer preguntas.



El camino de la transformación
es la reflexión.

Las preguntas abiertas
son el mejor camino



El taller de las preguntas…



¿Qué sientes habitualmente por las mañanas al despertarte?

¿Qué te gustaría sentir?

¿Qué sensación te produce tu entorno más cercano?

Cuando crees que la gente está pensando en ti ¿Cómo te sientes tú?

La última vez que algo o alguien te hizo sentir bien ¿Por qué fue?

¿Qué lugar y/o qué gente te hace sentirte relajada y en paz?

¿Cuáles son las dificultades que ves para sentirte bien?

¿Qué prevés hacer para repetir o provocar esa situación o estado de bienestar que tanto aprecias?





Escucha empática

¿Empatía?

Gr. Empathos

La habilidad de sentir.

Percibir en un contexto común lo que un individuo diferente puede sentir.

Percepción



Niveles de percepción

Espiritual

Mental

Fisica



Los 15 Puntos de Estilo

La manera de relacionarse con el cliente puede acelerar o frenar el proceso del coaching.

Hemos identificado 15 aspectos de la comunicación que llamamos los Puntos de Estilo.

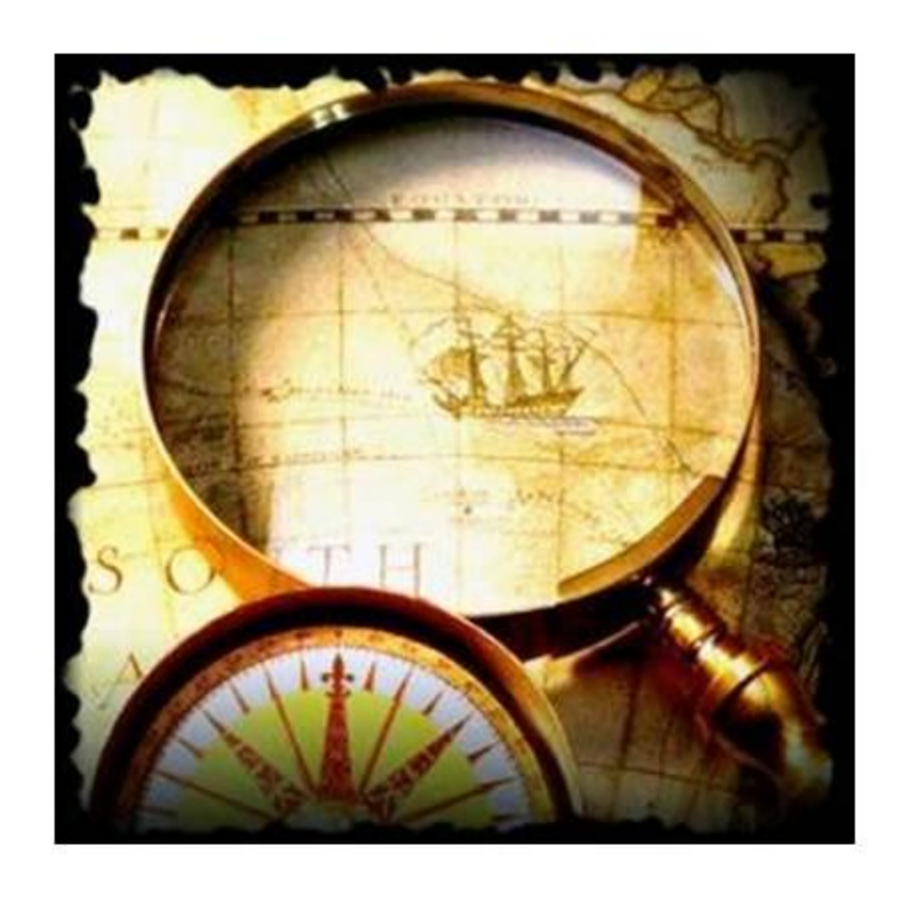
Cada uno de estos puntos puede ayudar a aumentar la efectividad y la eficacia del coaching.



1. Percibir correctamente lo que el Cliente expresa.
2. Responder claramente
3. Tomar en serio las preocupaciones del Cliente.
4. Articular de manera simple.
5. Ser ligero y neutro.
6. Colaborar
7. Saber recibir y transmitir simultáneamente.
8. Comunicar plenamente
9. Mantener el ritmo
10. Saber escuchar “entre líneas”.
11. Utilizar palabras fácilmente entendibles
12. Estar seguro de sí mismo.
13. Estar centrado en el Cliente.
14. Sentirse cómodo con los problemas.
15. Estar “con” el cliente.







Como diseñar tu propio proyecto de vida

Coaching grupal

¿Por qué invertir tiempo en diseñar tu proyecto de vida?





¿Qué deseas realmente para tu vida?







¿Cuál es tu nivel de autoestima?



¿Qué piensas de ti mismo?

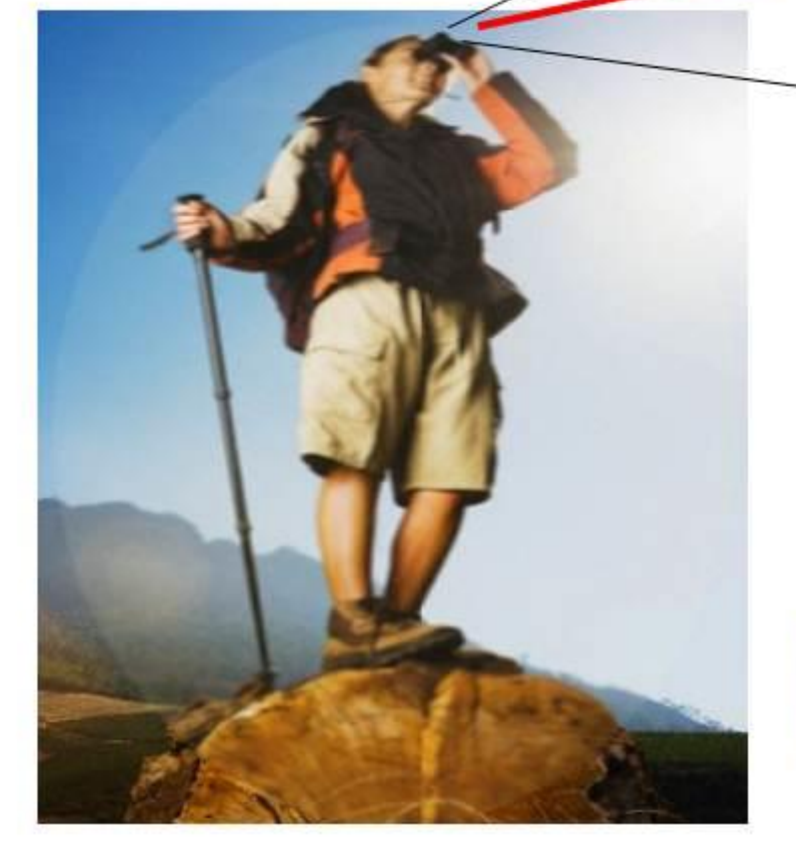


¿Cuál es el propósito de tu vida?



10 años

Hoy



¿Cuál es la visión de tu vida?





¿Cuáles son tus principios y valores?

¿Cuál es tu Plan de Acción?



1. ¿Qué? = Objetivo
2. ¿Porqué? = La Motivación.
3. ¿Cómo? = Estrategia
4. ¿Quiénes? = Equipo humano de trabajo.
5. ¿Dónde? = Localidad.
6. ¿Cuándo? = Temporalidad.
7. ¿Cuánto? = Presupuesto

